

بررسی ارتباط ابعاد توانمندی روان شناختی با کارآفرینی

درون سازمانی

(مورد مطالعه مجتمع فن آوران اطلاعات تهران)

دکتر علیرضا امیرکبیری*
صمدفتحی**

چکیده

اهمیت آموزش در پیشبرد و توسعه دانش فناوری ارتباطات و اطلاعات به عنوان زمینه ساز توسعه همه جانبه کشورها تثبیت شده است. گسترش این علوم می تواند مبنای کارآفرینی در همه عرصه ها را سبب گردد. رشد و توسعه فرهنگ کارآفرینی در فرآیندهای کاری موسسات فعال در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق توانمند نمودن کارکنان اهمیت به سزایی دارد. پژوهش حاضر با مطالعه ابعاد توانمندسازی روان شناختی، به بررسی تاثیر این ابعاد بر فرآیند کارآفرینی درون

* استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد، واحد تهران مرکزی، ایران
** کارشناس ارشد ۱۰، پ.ت، دانشگاه آزاد، smdfathi@yahoo.com

سازمانی در مجتمع فناوری اطلاعات تهران پرداخته است. مجموعه مدیران و کارکنان سطوح مختلف سازمانی به روش سرشماری به تعداد ۱۴۵ نفر برای این پژوهش انتخاب شدند. نتایج حاصل نشان از وجود همبستگی میان ابعاد توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی دارد. همچنین بررسی‌ها نشان داد که بین پنج بعد توانمندسازی روان شناختی، احساس شایستگی بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی درون سازمانی داشته است. نتایج تحقیق حاضر می‌تواند در تدوین استراتژی‌های مناسب منابع انسانی در خصوص کارکنانی که در خلق فرآیند کارآفرینی سازمانی سهیم هستند، به کار گرفته شده و مسیر جدیدی را برای مطالعات دانشگاهی و تجربیات عملی در حوزه‌های توانمندسازی کارکنان و خلاقیت و نوآوری هموار سازد.

واژگان کلیدی: توانمندسازی روان شناختی، کارآفرینی، کارآفرینی درون سازمانی.

مقدمه

امروزه شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی بی رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با تغییرات روبنایی مانند تغییر روش‌ها، سیستم‌ها، ساختار، فناوری و غیره حیات و بقای بلند مدت خود را تضمین نمایند (صمد آقایی، ۱۳۷۸). لذا سازمان‌های امروزی باید انقلابی در اذهان مدیران و کارکنان خود به وجود آورند. آنها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینی پیدا کنند و بتوانند به راحتی، مستمر و بطور فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینی خود را به اجرا در آورند. کارآفرینان منافع و فواید زیادی برای جامعه به بار می‌آورند که از آن جمله اشتغال زایی، تشویق و ترغیب سرمایه گذاری، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، تشویق حس رقابت، سازماندهی منابع جهت استفاده اثربخش از آن، رفع شکاف‌ها و تنگناهای بازار می‌باشد. کارآفرینی درون سازمانی، در کنار این که بیشتر نوآور و پیش کنشانه بودن و ریسک پذیری کسب و کارها را پشتیبانی می‌کند، با استفاده موثر از منابع درون سازمانی چه در قلمرو مدیریتی و چه در بازار، منافع زیادی را با ایجاد رویکردهای متناسب تامین

می‌کند (امیر کبیری، ۱۳۸۶). کوراتکو و هودگتس در مدل کارآفرینی سازمانی خود تعامل عوامل مختلف را به جای رخداد حوادث در خلاء موجد کارآفرینی در سازمان می‌دانند (کوراتکو و هودگتس، ۱۹۸۹). در این مدل ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینان در تعامل با سایر عوامل می‌تواند منجر به کارآفرینی گردد. توانمندسازی روان شناختی کارکنان به عنوان یک رویکرد نوین انگیزش درونی به معنی آزاد کردن نیروها و قدرت درونی افراد و همچنین فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصت‌ها برای شکوفایی استعدادها، توانایی‌ها و شایستگی‌های کارکنان می‌باشد و در واقع شامل ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در شغل و سازمان می‌شود. توانمندسازی روان شناختی شامل پنج بعد: احساس شایستگی، احساس اعتماد، احساس موثر بودن، احساس خود مختاری و احساس معنی دار بودن شغل می‌شود (عبداللهی، ۱۳۸۴). این تحقیق به دنبال بررسی رابطه بین ابعاد توانمندسازی روان شناختی با ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینان است.

بیان مساله

منابع انسانی مهمترین و با ارزش‌ترین دارایی‌هایی است که هر سازمان در اختیار دارد. موثرترین راه به دست آوردن مزیت رقابتی در شرایط فعلی، کارآمدتر کردن کارکنان سازمان‌ها است (میرسپاسی، ۱۳۸۵). می‌توان اذعان نمود که بدون افراد کارآمد دستیابی به اهداف سازمانی غیر ممکن می‌باشد. منابع انسانی نقش اساسی در رشد، پویایی، بالندگی یا شکست و نابودی سازمان‌ها دارند (عبداللهی، ۱۳۸۴). به سبب تغییرات محیطی که دائماً چالش‌هایی را فرا روی سازمان‌ها قرار می‌دهد، برای اینکه آنها بتوانند همواره در صحنه رقابت باقی بمانند و تغییرات را به نفع خود اداره کنند، نیاز به افراد توانمندی دارند که به واسطه توانمندی نهادینه شده بتوانند در فرآیندهای کاری دست به کارآفرینی بزنند. به بیان دیگر توسعه منابع انسانی از طریق توانمندسازی آنها به مقیاس وسیع می‌تواند کارآفرینی را در درون سازمان سبب گردد. کارآفرینی سازمانی در حیطه سازمان عمل می‌نماید و ساختارها، رویکردها، هنجارها، فناوری‌ها، خدمات و محصولات فعلی سازمان را گسترش داده

یا در مسیرهای جدید قرار می‌دهد (هیسریچ و دیگران، ۲۰۰۳).

مسئله اصلی که توجه محقق را به خود معطوف نموده است بررسی این موضوع می‌باشد که آیا توانمند نمودن کارکنان از بعد روان شناختی می‌تواند موجبات کارآفرینی درون سازمانی را فراهم آورد و تاثیری بر آن دارد یا خیر؟ و در صورت مثبت بودن تاثیر چه ساز و کارهایی برای توانمند نمودن کارکنان از بعد روان شناختی وجود دارد؟

مروری بر ادبیات تحقیق

برای بررسی اجمالی مبانی نظری و مفاهیم مربوط به توانمندسازی و کارآفرینی درون سازمانی تلاش گردیده در یک نگاه کلی رویکردهای توانمندسازی، ابعاد توانمندسازی روان شناختی و ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینان مورد بررسی قرار گیرد.

تعاریف توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی

فرآیند افزایش احساس شایستگی در کارکنان از طریق شناسایی و حذف شرایطی که موجب ناتوانی آنان شده است (کانگر و کانانگو، ۱۹۸۸).
توانمندسازی روان شناختی عبارت است از فرآیند افزایش انگیزش درونی نسبت به انجام وظایف محوله در چهار بعد شناختی موثر بودن، شایستگی، معنی دار بودن و داشتن حق انتخاب (توماس و ولتهوس، ۱۹۹۰).

توانمندسازی روان شناختی یک مفهوم انگیزشی است که شامل چهار بعد: احساس شایستگی، احساس آزادی عمل، احساس معنی دار بودن و احساس موثر بودن می‌باشد که این ابعاد انعکاس دهنده ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در شغل و سازمان می‌باشد (اسپریتزر، ۱۹۹۵ و ۱۹۹۶).

در تعریف کارآفرینی سازمانی می‌توان عنوان نمود که کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش‌های کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی را بطور

مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی به ثمر برسانند (صمدآقایی، ۱۳۷۸: ۱۵).

رویکردهای مفهومی اصلی به توانمند سازی

محققین و نظریه پردازان معتقدند که توانمندسازی کارکنان دارای ابعاد گوناگون است. دیدگاه‌های قبل از دهه ۱۹۹۰ توانمندسازی را تنها فرآیند تفویض اختیار و قدرت تصمیم‌گیری از سوی مدیران به کارکنان رده پایین می‌دانست. اما رویکردهای بعد از دهه ۱۹۹۰ اعتقاد به چند بعدی بودن توانمندسازی دارد. دو رویکرد متفاوت مرتبط با توانمند سازی از سوی محققین شناسایی و توسعه داده شده است:

رویکرد مکانیکی توانمندسازی

- محققینی نظیر بلانچارد و راندولوف (۱۹۹۶)، باون و لاولر (۱۹۹۲)، اسکات و ژافه (۱۹۹۱) به تحقیق درباره این رویکرد پرداخته و نقش موثری در توسعه آن ایفا نموده‌اند. با ژرفا نگری و عمیق شدن بر روی تحقیقات و نظریات ارائه شده درباره این رویکرد، برداشت از آن معطوف به موارد زیر است:
- الف) تسهیم اطلاعات به صورت واضح و شفاف از سوی مدیران به زیردستان موجبات توانمندسازی کارکنان را فراهم می‌آورد.
- ب) به جای استفاده از سلسله مراتب و انجام کارها از آن طریق، تیم‌های کاری جایگزین گردد.
- ج) بازنگری ساختار سازمانی موجود به منظور درک کارکنان از این که آنان می‌توانند در داخل ساختار برای رسیدن به اهداف کار کنند.
- د) با تعیین حدود (خط مشی‌گذاری) در فرآیندهای کاری آزادی عمل به کارکنان اعطاء گردد.
- ه) دادن آموزش به کارکنان و تاکید بر اهمیت پاداش.
- این رویکرد با تمرکززدایی قدرت از طریق مشارکت دادن کارکنان در تصمیم‌گیری توصیف می‌شود (اسپریتزر، ۱۹۹۶).

رویکرد ارگانیکی توانمندسازی

صاحب‌نظرانی همچون کانگر و کانانگو (۱۹۹۸)، توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) و اسپریتزر (۱۹۹۵) اساس توانمندسازی را باورها و جهت‌گیری شخصی به نقش کارکنان در سازمان دانسته‌اند. این دیدگاه معتقد است که توانمندسازی چیزی نیست که مدیران برای کارکنان انجام دهند، بلکه طرز تلقی و ادراک افراد در مورد نقش خویش در شغل و سازمان می‌باشد و مدیریت سازمان در عین حال بستر و فرصت لازم برای توانمندتر شدن کارکنان را فراهم نموده و کارکنان توانمند را گزینش و به کار می‌گمارند. طرفداران این دیدگاه معتقدند که کارکنان توانمند باید کارآفرین و ریسک‌پذیر باشند و نسبت به سازمان احساس مالکیت کنند و بطور دائم با یکدیگر در تضاد خلاق ایجاد هم‌افزایی نموده، تفاوت‌ها را آشکار و حل نمایند (عبداللهی، ۱۳۸۴). بطور خلاصه توانمندسازی از منظر این رویکرد معطوف به مفاهیمی مانند ریسک‌پذیری، رشد، تغییر، اعتماد به کارکنان و تحمل اشتباهات آنان است. جدول ۱ مروری بر نظریات توانمندی را بطور خلاصه نشان می‌دهد.

جدول ۱. نظریات ارایه شده درباره توانمندسازی در یک نگاه

نظریه پردازان	راهبرد	هدف	رویکرد	
فوی (۱۹۹۷)، بلانچارد و همکاران (۱۹۹۳)، شول (۱۹۹۳)	تفویض قدرت به زیردستان	قدرتمند کردن کارکنان	مکانیکی	
کانگر و کانانگو (۱۹۹۸)	احساس خودکارآمدی (شایستگی)	افزایش انگیزه کارکنان	انگیزشی	ارگانیکی
توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) اسپریتزر (۱۹۹۵)	احساس شایستگی احساس معنی دار بودن احساس موثر بودن احساس آزادی عمل	افزایش انگیزش درونی	شناختی	
وتن و کمرون (۱۹۹۸)	احساس اعتماد			

منبع: عبداللهی (۱۳۸۴)

ابعاد پنجگانه توانمندسازی روان شناختی

صاحب نظران معتقدند برای اینکه افراد توانمند شوند باید دارای ویژگی‌ها یا شاخص‌هایی باشند. بر همین اساس کانگر و کانانگو (۱۹۹۸) احساس خود کارآمدی را شاخص توانمندی کارکنان به منظور افزایش انگیزش آنان معرفی نموده‌اند. توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) توانمندسازی روان شناختی را یک عامل انگیزش درونی می‌دانند که بیانگر نقش فعال کارکنان در سازمان باشد. آنها چهار بعد شناختی شایستگی، معنی داری، موثر بودن، آزادی عمل را عنوان نموده‌اند. وتن و کمرون بر اساس تحقیق میسرا (۱۹۹۷) بعد اعتماد را نیز به ابعاد قبلی اضافه نموده‌اند (اسپریتزر و میسرا ۱۹۹۷، توماس و ولتهوس ۱۹۹۰). بنابراین مبنای کار در این پژوهش بر اساس پنج بعد پیش گفته بوده و اعتقاد بر این است که وجود تمام ابعاد با یکدیگر تصویر کاملی از توانمندی افراد در سطح سازمان را نشان می‌دهد.

احساس شایستگی

شایستگی که بر گرفته از نظریه خودکارآمدی (باندورا، ۲۰۰۰) می‌باشد، باور شخصی افراد نسبت به توانایی (ظرفیت) خود برای انجام کار بطور کامل را شامل

می‌شود. افرادی که دارای این احساس هستند، باور دارند که قابلیت‌ها و توانایی لازم برای انجام کارها بطور موفقیت آمیز را دارند. این افراد احساس تسلط شخصی می‌کنند و معتقدند در رویارویی با چالش‌های جدید می‌توانند رشد کنند و بیاموزند. احساس داشتن خودکارآمدی است که تعیین می‌کند آیا افراد برای انجام کار دشوار خواهند کوشید و پشتکار خواهند داشت یا خیر؟ (عبداللهی، ۱۳۸۴).

احساس آزادی عمل

خودتعیین‌کنندگی (آزادی عمل) یک جنبه از انتخاب در خود آغازگر بودن و کنترل کردن یک فعالیت است. این ویژگی همچنین منعکس‌کننده استقلال (خودمختاری) در فرآیندهای تصمیم‌گیری درباره اینکه کجا و کدام وظایف را تعهد کنند، می‌باشد. در مقایسه با احساس شایستگی که انعکاس‌دهنده باورهای فرد درباره مهارت‌های رفتاری است، خودتعیین‌کنندگی بیانگر یک انتخاب رفتاری است (اسپریتزر، ۱۹۹۵). خودتعیین‌کنندگی ممکن است به عنوان استقلال‌نگریسته شود که این استقلال و آزادی عمل، یک مکانیسم بسیار مهم برای کاهش تنش‌های روحی است (اسپریتزر و دیگران، ۱۹۹۷).

موثر بودن

حدی است که یک فرد می‌تواند بر نتایج راهبردی، اداری یا عملیاتی در کار اثرگذار باشد (اسپریتزر، ۱۹۹۷). به بیان دیگر موثر بودن نشان‌دهنده اندازه کنترل فرد بر پیامدهای سازمانی یا باور به این است که او می‌تواند کارها را متفاوت انجام دهد.

معنی دار بودن

به عقیده اسپریتزر (۱۹۹۷) معنی دار بودن شغل به هماهنگی بین وظایف کاری خواسته شده و ارزش‌های مورد نظر فرد کننده کار اشاره دارد (لدر و برگستن، ۲۰۰۵).

اعتماد

اشاره به روابط بین مدیر و کارکنان و بالعکس دارد. اعتماد به علاقه‌مندی، شایستگی، گشودگی و اطمینان مربوط می‌شود (اسپریتزر و میشر، ۱۹۹۷). اعتماد در برگیرنده این است که کارکنان در محیط کاری احساس امنیت داشته باشند و باور کنند که در داخل سازمان با آنها صادقانه و منصفانه رفتار می‌شود. سطح بالای اعتماد در روابط دوطرفه به وجود آورنده مواردی چون صداقت، صمیمیت، پژوهش‌گرا بودن، خودسامانی، خودباوری، علاقه‌مندی به یادگیری و توسعه، گروه‌گرایی، سطح بالای استانداردهای اخلاقی - شخصی است. می‌توان اذعان نمود که وجود سطح بالای اعتماد در سازمان و روابط سازمانی به شکل‌گیری و ارتقاء سطح پدیده سرمایه اجتماعی که از ارزش‌های والایی برخوردار است، کمک‌شایانی می‌نماید.

کارآفرینی درون سازمانی

مفهوم کارآفرینی سازمانی سیر تکاملی خود را از سی سال پیش آغاز نموده (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵) و به عنوان یک مفهوم در اقتصاد جهانی اهمیت روز افزون پیدا کرده است (مقیمی و دیگران، ۱۳۸۶). کارآفرینی سازمانی پیش‌تر به عنوان تجدید حیات سازمانی تعریف شده بود. کوراتکو و همکاران (۲۰۰۵) بر اساس تحقیق زهرا شاکر (۱۹۹۱) بر این باورند که کارآفرینی سازمانی ممکن است تحت عنوان فعالیت‌های رسمی و یا غیر رسمی با ایجاد کسب و کارهای جدید در درون شرکت‌ها و بر اساس نوآوری‌های فرآیندها و محصولات و توسعه بازارها هدف‌گذاری شود (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵). به عقیده جان ساویر (۱۹۵۸) کارآفرینی نه تنها در واحدهای کسب و کار بلکه در سایر سازمان‌ها و در همه وظایف و کارها، چه کارهای کاملاً نوآورانه یا کاملاً ساده می‌تواند دیده شود (صمدآقایی، ۱۳۷۸). نیاز به جستجوی کارآفرینی سازمانی در نتیجه ازدحام مشکلاتی نظیر تغییرات فناوری، نوآوری‌ها، رشد در بازار، درک نقاط ضعف شیوه‌های سنتی مدیریت شرکت‌ها، کوچک‌سازی مستمر سازمان‌ها برای رسیدن به کارایی بیشتر، از دست دادن کارکنانی که دارای ایده کارآفرینی هستند و سازمان‌های بروکراتیک برای آنها غیر جذاب است و رشد سطوح رقابتی بین‌المللی پدیدار گردیده است. کویین و

میلز (۱۹۹۹) کارآفرینی سازمانی را به عنوان اهداف بالقوه قابل اجرا که برای ارتقاء و نگهداشتن موقعیت‌های رقابتی شرکت در حد قابل قبول شناخته شده است، می‌داند. میلر (۱۹۸۳)، گاس و گینزبرگ (۱۹۹۰)، لمپ کین و دس (۱۹۹۶)، کارآفرینی سازمانی را به لحاظ اینکه می‌تواند برای رشد موقعیت و تبدیل جایگاه شرکت‌ها، بازارها و صنایع به عنوان فرصتی برای ایجاد ارزش‌های نوآوری، توسعه داده شده و جستجو شود، مورد توجه قرار داده‌اند (سبورا و تیراپاتونگ، ۲۰۰۹). آنها همچنین عوامل کارآفرینی را مواردی نظیر نوآوری (توانایی به کار بستن ایده‌ها و تجربیات نو و جدید، روش‌های خلاق، که فرآیندها و روش‌ها و خدمات و تولیدات جدید را باعث می‌گردد)، ریسک‌پذیری (کاربرد منابع در جایی که سطح اطمینان پایین‌تر و خطرپذیری آن بیشتر است) و رفتار اثرگذار می‌داند (مقیمی و دیگران، ۱۳۸۶). به عقیده برگلمان (۱۹۹۱) فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی منبای رشد موفقیت شرکت‌ها از طریق ارتقاء محصول و نوآوری در فرآیندها شناخته شده است. کوراتکو و دیگران این نکته که مدیران سطوح بالاتر نقش‌های حساس و چند جانبه‌ای در فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی دارند را مورد توجه قرار داده‌اند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵). اولین گام در تشریح کارآفرینی سازمانی تعیین ابعاد کارآفرینی فردی برای تبدیل آن به کارآفرینی سازمانی است. اساس کارآفرینی سازمانی نوآوری در محصول، تمایل به ریسک‌پذیری و پیش‌کنشانه بودن است (سبورا و تیراپاتونگ، ۲۰۰۹). هورنسبوی و همکاران (۱۹۹۳) بطور خلاصه پنج ویژگی اصلی اجرایی برای کسانی که علاقه مند به آغاز فعالیت‌های کارآفرینی هستند را بیان نموده‌اند. این ویژگی‌ها شامل تمایل به ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت، هدف‌گرا بودن، استقلال‌طلبی و کانون کنترل درونی است (لویس و ویاسوم، ۲۰۰۰).

میشل هیت و دیگران کارآفرینی را در پنج عامل معرفی کرده‌اند: ۱. نوآوری، ۲. ریسک‌پذیری، ۳. رفتار اثرگذار، ۴. استراتژی مبتنی بر رقابت و ۵. استقلال. لیتونن مشخصه‌های کارآفرین را اینگونه بیان می‌کند: توانایی ریسک‌پذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب

و کار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب و کار، توانایی برای همکاری و توانایی برای شکار فرصت. آندرسون و همکاران در بیان مهارت‌های فردی کارآفرینی، مواردی از قبیل نوآوری، ریسک پذیری، توانایی رویارویی با ناشناخته‌ها، پذیرفتن و جستجوی فرصت‌های تغییر را مورد تاکید قرار داده‌اند (مقیمی و دیگران، ۱۳۸۶).

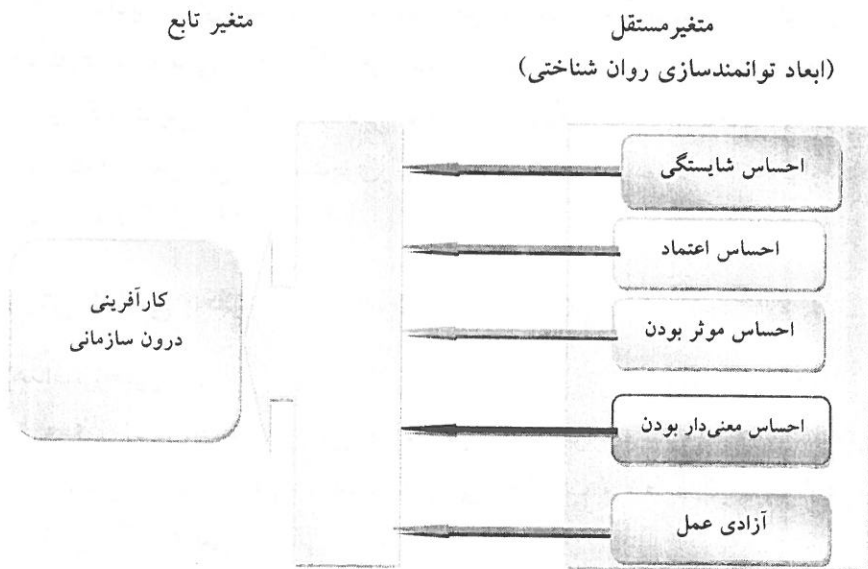
روش شناسی تحقیق

اهداف تحقیق

هدف این تحقیق، بررسی رابطه بین ابعاد توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی از طریق ارزیابی تحقیقات مرتبط با توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی سازمانی است.

چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری، الگوی مفهومی مبتنی بر روابط تئوریک میان عوامل و متغیرهای اثرگذار بر موضوع پژوهش می‌باشد (سکاران، ۱۳۸۶). متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق که برگرفته از ادبیات تحقیق است عبارتند از: توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی. توانمندسازی روان شناختی شامل پنج بعد: شایستگی، معنی دار بودن، موثر بودن، آزادی عمل (خودآغازگر بودن)، اعتماد و کارآفرینی سازمانی، ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینان را شامل می‌شود. در این تحقیق به بررسی رابطه بین دو متغیر توانمندسازی روان شناختی (و ابعاد آن) با کارآفرینی درون سازمانی پرداخته شده است. بدین منظور از ابعاد توسعه داده شده توسط اسپریتزر، وتن و کمرون برای توانمندسازی روان شناختی و ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینی رایبیز و کوالتر (مقیمی، ۱۳۸۶) و کوراتکو برای کارآفرینی درون سازمانی، استفاده شده است. مدل تحقیق حاضر در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل تحقیق

براساس مدل تحقیق فرضیات زیر توسعه داده شده است:

فرضیه اول: بین ابعاد توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین احساس شایستگی و کارآفرینی درون سازمانی رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: بین احساس اعتماد کارآفرینی درون سازمانی رابطه وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین احساس موثر بودن و کارآفرینی درون سازمانی رابطه وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین احساس خود مختاری (آزادی عمل) و کارآفرینی درون سازمانی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدفی که دنبال می‌کند از نوع تحقیقات کاربردی و در زمینه منابع انسانی می‌باشد، زیرا یافته‌های آن به حل مشکلات خاص درون سازمان و

بهبود شرایط حاکم کمک می‌نماید. از آنجا که تحقیق به دنبال بررسی رابطه یک به یک ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی با کارآفرینی درون‌سازمانی است، پژوهش حاضر از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی و از نوع تحقیقات همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق را کارکنان سطوح مختلف سازمانی مجتمع فن‌آوران اطلاعات تهران تشکیل می‌دهند که به روش سرشماری از ۱۴۵ نفر از کارکنان، داده‌های مورد نیاز از سطح جامعه مورد تحقیق جمع‌آوری گردیده است. قلمرو مکانی آن مجتمع فن‌آوران اطلاعات شهر تهران و قلمرو زمانی نیز سال ۱۳۸۷ می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و میدانی است و از ابزار پرسشنامه نیز برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. سوالات پرسشنامه که ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی را پشتیبانی می‌کند با استفاده از مطالعات اسپریتزر و سوالات معطوف به کارآفرینی درون‌سازمانی نیز بر اساس مطالعات کوراتکو و رایبیز و کوالتر توسعه داده شده است. از تعداد ۱۴۵ عدد پرسشنامه ارسالی به جامعه مورد تحقیق ۶ پرسشنامه بازگردانده نشد و ۵ پرسشنامه به دلیل نواقصی کنار گذاشته شدند. جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده با ۱۳۴ پرسشنامه انجام گرفت. بر اساس جدول مورگان اگر حجم جامعه حدود ۱۵۰ نفر باشد، حجم نمونه باید ۱۰۸ نفر در نظر گرفته شود. با توجه به اینکه جامعه مورد تحقیق از ۱۴۵ نفر تشکیل گردیده و ۱۳۴ پرسشنامه دریافت گردید در این پژوهش می‌توان با ۹۵٪ اطمینان نتایج را به کل جامعه مورد تحقیق تعمیم داد. مقیاس داده‌ها فاصله‌ای در نظر گرفته شده است، بنابراین به منظور تعیین میزان همبستگی بین متغیرها، از ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون استفاده گردید. همچنین فونونی مانند تحلیل واریانس، آزمون همبستگی خطی، رگرسیون چند متغیره گام به گام و در نهایت برای اولویت‌بندی متغیرهای مستقل، آزمون فریدمن مورد استفاده قرار گرفته است. برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند، ابتدا یک نمونه اولیه ۳۰ تایی پیش‌آزمون گردید که میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ ۰/۹۱ به دست آمد که مقدار آلفای حاصله بر قابلیت اعتماد بالای پرسشنامه صحه گذاشت.

روایی منطقی پرسشنامه از دو جنبه روایی ظاهری و محتوایی به جهت روشن و بدون ابهام بودن گویه‌ها و همچنین کفایت کمیت و کیفیت آنها توسط خبرگان و صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه تایید گردید. همچنین به جهت روایی سازه از فن تحلیل عاملی استفاده گردید. این روش یکی از فنون تقلیل داده می‌باشد که بسیار پیشرفته و فنی است. از این شیوه برای تعیین بار عاملی هر یک از سوالات پرسشنامه استفاده می‌شود. بطور کلی با بکارگیری این روش می‌توان مربوط بودن سوالاتی که برای سنجش یک مولفه یا عامل در نظر گرفته شده‌اند، تعیین نمود که در این صورت به آن تحلیل عاملی تاییدی می‌گویند (مهرگان و زالی، ۱۳۸۵). بر اساس فن تحلیل عاملی صورت گرفته هر یک از ابعاد پنجگانه توانمندسازی روان شناختی دارای بار عاملی غیر صفر است. در جداول ۲ و ۳ نتایج تحلیل عاملی گویه‌های مربوط به ابعاد توانمندسازی و ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینی ارائه شده است.

جدول ۲. نگاره تحلیل عاملی متعلق به ابعاد توانمندسازی روان شناختی

F5	F4	F3	F2	F1	عوامل
					احساس معنی دار بودن
				۰/۶۵	کاری که انجام می‌دهم معنی دار و ارزشمند است.
				۰/۷۰	کاری که انجام می‌دهم برایم بسیار مهم است.
				۰/۷۹	بین ارزش‌ها و ایده‌های مورد نظر من با اهداف سازمان سازگاری وجود دارد.
				۰/۵۷	فعالیت‌های شغلی من شخصا برایم معنی دار است و ارزش ایجاد می‌کند.
					احساس شایستگی
			۰/۶۴		از توانایی خود برای انجام وظایف شغلی‌ام مطمئن هستم.
			۰/۵۹		توان رویارویی با مشکلات احتمالی را دارم.
			۰/۵۷		از مهارت‌های ضروری برای شغلم برخوردار هستم.
			۰/۵۲		درباره داشتن قابلیت لازم برای انجام کارم، خود را باور دارم.
					آزادی عمل (خود آغاز گر بودن)

عوامل					
		۰/۵۱		آزادی عمل کافی برای تعیین چگونگی انجام وظایف شغلی را دارم.	
		۰/۵۹		من می‌توانم برای چگونگی انجام دادن کارم تصمیم بگیرم.	
		۰/۶۹		من فرصت قابل توجهی برای استقلال و آزادی عمل در مورد این که چگونه وظایف شغلی را به انجام برسانم دارم.	
		۰/۶۰		در به کار بستن ابتکار و نوآوری برای چگونگی انجام کار، آزادی عمل دارم و به من فرصت داده می‌شود.	
احساس موثر بودن					
	۰/۶۷			تاثیر زیادی بر آنچه در قسمت شغلی‌ام (واحد کاری‌ام) رخ می‌دهد، دارم.	
	۰/۶۸			در صورت لزوم برای ایجاد تغییر در فعالیت‌های کاری، از توانایی لازم برخوردارم.	
	۰/۸۰			کنترل زیادی روی اتفاقاتی که در واحد کاری‌ام اتفاق می‌افتد، دارم.	
	۰/۶۱			نفوذ قابل ملاحظه‌ای بر روی آنچه در واحد کاری‌ام اتفاق می‌افتد، دارم.	
احساس اعتماد					
۰/۷۲				در مورد آینده شغلی‌ام امنیت وجود دارد و جای نگرانی نیست.	
۰/۵۲				در محیط کاری برای انجام فعالیت‌ها ظاهر سازی و فریبکاری وجود ندارد.	
۰/۷۳				همکارانم در محیط کار با من صمیمی بوده و صداقت دارند.	
۱/۶۸۳	۲/۷۶۷	۲/۱۷۹	۱/۹۳۴	۲/۷۲۴	ارزش ویژه (Eigenvalues)
۵۶/۱۰۳	۶۹/۱۶۳	۵۴/۴۸۵	۶۴/۴۶۷	۶۸/۱۰۲	درصد واریانس (% Variance)

شکل ۳. تحلیل عاملی متعلق به عوامل کارآفرینی درون سازمانی

ف۱	عوامل	ف۱	عوامل	ف۱
	ویژگی های روان شناختی کارآفرینی		ویژگی های روان شناختی کارآفرینی	
۰/۶۶	هدف گرا بودن و تلاش برای رسیدن به آن	۱۴	میزان اعتماد به نفس	۱
۰/۷۶	تمایل به کسب اطلاعات بروز (دانش روز)	۱۵	توانایی به کار گیری ریسک های حساب شده یا متوسط	۲
۰/۷۷	عمل گرا بودن	۱۶	انعطاف پذیری در شرایط مختلف	۳
۰/۵۹	خوش بینی نسبت به آینده کار	۱۷	ابتکار و نوآوری در روش های انجام کار	۴
۰/۸۲	ترجیح دادن روابط غیررسمی بر ارتباطات رسمی	۱۸	اراده مصمم و پشتکار و استقامت	۵
۰/۸۲	پویایی، رهبری	۱۹	احساس نیاز به توفیق و پیشرفت	۶
۰/۷۹	پذیرش نتایج انجام کار	۲۰	احساس نیاز به استقلال (خود اتکا و خود محور بودن)	۷
۰/۸۱	توانایی سر کردن با دیگران	۲۱	قدرت دور اندیشی	۸
۰/۷۳	استقبال از ریسک پذیری	۲۲	واکنش مثبت به کارهای چالش برانگیز	۹
۰/۶۹	اعتقاد به زیر پا گذاشتن قوانین و مقررات در صورت لزوم و عدول از آنها	۲۳	کاردانی و داشتن تدبیر در چگونگی انجام کارها	۱۰
۱۰/۳۶۰	ارزش ویژه (Eigenvalues)	۰/۶۴	توان تصمیم گیری قاطع و سریع	۱۱
۴۵/۰۴۴	درصد واریانس (% Variance)	۰/۷۰	قوه ادراکی	۱۲
		۰/۶۴	پذیرش پیشنهادات و نظریات و انتقاد پذیر بودن	۱۳

یافته‌های تحقیق

تحقیق به تبیین روابط بین ابعاد توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی معطوف است. به منظور درک هر چه بیشتر این روابط، تحلیل‌ها با توسعه فرضیه‌هایی در این زمینه انجام شده که نتایج آزمون فرضیه‌های مهم و فرضیه‌های اخص مطابق جدول ۴ می‌باشد. میزان ضرایب همبستگی به دست آمده بین توانمندسازی روان شناختی و ابعاد آن با کارآفرینی درون سازمانی وجود رابطه بین متغیرهای پیش بین و متغیر تابع را اثبات نموده است. بیشترین میزان همبستگی را احساس شایستگی و کمترین آن را آزادی عمل کارکنان با کارآفرینی درون سازمانی داشته است.

جدول ۴. نتایج آماری فرضیه‌های مهم و فرضیه‌های اخص

نتیجه آزمون	ضریب همبستگی	میزان خطا	P-Value	متغیر تابع	متغیر مستقل	فرضیه
پذیرش H_1	۰/۶۰۶	۰/۰۱	۰/۰۰۰	کارآفرینی درون سازمانی	ابعاد توانمندسازی روان شناختی	فرضیه مهم
پذیرش H_1	۰/۶۸۵	۰/۰۱	۰/۰۰۰	کارآفرینی درون سازمانی	احساس شایستگی	فرضیه اخص اول
پذیرش H_1	۰/۲۷۴	۰/۰۱	۰/۰۰۱	کارآفرینی درون سازمانی	احساس اعتماد	فرضیه اخص دوم
پذیرش H_1	۰/۵۴۳	۰/۰۱	۰/۰۰۰	کارآفرینی درون سازمانی	احساس موثر بودن	فرضیه اخص سوم
پذیرش H_1	۰/۶۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰۰	کارآفرینی درون سازمانی	احساس معنی دار بودن	فرضیه اخص چهارم
پذیرش H_1	۰/۲۷	۰/۰۱	۰/۰۰۲	کارآفرینی درون سازمانی	داشتن آزادی عمل	فرضیه اخص پنجم

همچنین برای بررسی میزان پیش‌بینی متغیر تابع بر اساس میزان تغییرات متغیر پیش بین از همبستگی خطی دو متغیره و رگرسیون چند متغیره گام به گام استفاده شده است که نتایج آن در جداول ۵ و ۶ قابل مشاهده است. به همین منظور فرضیات زیر آزمون گردید.

نتیجه تحلیل همبستگی خطی

H_0 : بین توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی رابطه خطی وجود ندارد.

H_1 : بین توانمندسازی روان شناختی و کارآفرینی درون سازمانی رابطه خطی وجود دارد.

جدول ۵. آزمون همبستگی خطی

متغیر مستقل	متغیر تابع	B	sig	نتیجه آزمون
توانمندسازی روان شناختی	کارآفرینی درون سازمانی	۰/۴۹۵	۰/۰۰۰	پذیرش H_1

مطابق جدول ۵ مقدار B حاصله وجود رابطه خطی بین دو متغیر را تثبیت نمود و توجیه کننده میزان تغییرات کارآفرینی درون سازمانی بر اساس تغییرات توانمندسازی روان شناختی است.

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره گام به گام

پرکاربردترین روش برای ساختن مدل روش انتخاب گام به گام متغیر است. در این روش هر بار پس از وارد کردن یک متغیر به مدل، تمام متغیرهایی که تاکنون وارد مدل شده‌اند و پیش‌بینی کننده معنی داری نیستند، از مدل خارج می‌گردند. یعنی متغیرهایی که اهمیت آنها با اضافه شدن متغیر دیگر کاهش می‌یابد، از مدل حذف می‌گردد (نوروسیس ماریا، ۱۳۸۰). در این روش فرضیه‌های زیر آزمون گردیدند:

H_0 : بین ابعاد توانمندسازی روان شناختی و ویژگی‌های فردی کارآفرینی سازمانی

رابطه خطی وجود ندارد.

H_1 : بین ابعاد توانمندسازی روان شناختی و ویژگی های فردی کارآفرینی سازمانی رابطه خطی وجود دارد.

جدول ۶. مرحله آخر رگرسیون چند متغیره گام به گام

نتیجه آزمون	sig	B	متغیر تابع	متغیر مستقل	
پذیرش H_1	/۰۰۰	۲/۴۲۹	کارآفرینی درون سازمانی	عرض از مبدا	مرحله چهارم رگرسیون D
	/۰۰۰	/۳۲۱		احساس شایستگی	
	/۰۰۰	/۲۰۴		احساس معنی دار بودن	
	/۰۰۰	/۲۰۷		احساس موثر بودن	
	/۰۴۸	-/۰۷۰		آزادی عمل	
*P<0/05 ، **P<0/01 ، N= 134 P<0/01 ، F=47/43 ، $R^2 \equiv /59$					

طبق جدول ۶، متغیر مستقل احساس اعتماد به دلیل اینکه با ورود سایر متغیرها معنی داری خود را از دست داده است از مدل خارج می شود. یعنی دارای رابطه خطی معنی دار با متغیر تابع نمی باشد. همبستگی خطی مثبت و معناداری بین متغیرهای پیش بین احساس شایستگی، احساس معنی دار بودن، احساس موثر بودن و متغیر تابع کارآفرینی درون سازمانی تثبیت شده که البته چون مقدار B محاسبه شده برای متغیر مستقل آزادی عمل (-/۰۷۰) است این متغیر دارای رابطه خطی معکوس با کارآفرینی درون سازمانی می باشد. رابطه خطی به دست آمده به شرح زیر است:

$$(موتور بودن) +/۲۰۷ + (آزادی عمل) -/۰۷۰ - (شایستگی) /۳۲۱ + (معنی دار بودن) /۲۰۴ = کارآفرینی درون سازمانی$$

ارزش ضریب تشخیص در مرحله چهارم این آزمون $R^2 \equiv ۰/۵۹$ حاصل گردیده که توجیه کننده واریانس کارآفرینی درون سازمانی از روی متغیرهای پیش بین است. ارزش $F = ۴۷/۴۳$ شایستگی مدل در سطح $P < 0/01$ را تایید نموده است.

نتایج تحلیل واریانس فریدمن

به منظور بررسی یکسان بودن اولویت متغیرهای مستقل از آزمون فریدمن استفاده شده است. برای انجام این آزمون فرضیه‌های آماری زیر بررسی گردیده است:

H_0 : رتبه میانگین هریک از ابعاد توانمندسازی روان شناختی با هم برابر است.

H_1 : حداقل رتبه میانگین یک زوج از ابعاد توانمندسازی روان شناختی با هم تفاوت معناداری دارند.

جدول ۷. نتایج آزمون فریدمن و رتبه‌بندی متغیرهای پیش بین

رتبه	اندازه میانگین	متغیر مستقل
۲	۳/۳۳	احساس معنی دار بودن
۱	۴/۳۲	احساس شایستگی
۴	۲/۵۶	آزادی عمل
۳	۳	احساس موثر بودن
۵	۱/۷۹	احساس اعتماد
* $P < 0/05$, Sig = /000, N=134, df =4, $\chi^2=194/002$		

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که سطح معنی داری کمتر از میزان خطای ۰/۰۵ می‌باشد. در نتیجه فرض H_1 مبنی بر اینکه حداقل میانگین اولویت دو متغیر با هم تفاوت معنی دار دارند، پذیرفته می‌شود.

ارزیابی و نتیجه‌گیری

آنچه از نتیجه تجزیه و تحلیل آماری در رابطه با تحقیق همبستگی حاصل گردید، وجود رابطه بین متغیر پیش بین تحقیق (توانمندسازی روان شناختی) و متغیر تابع (کارآفرینی درون سازمانی) رابه اثبات رسانید. سایر یافته‌های تحقیق نیز نمایانگر این مطلب است که بین احساس شایستگی، احساس معنی دار بودن، احساس اعتماد،

احساس موثر بودن و آزادی عمل و کارآفرینی درون سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد که ضریب همبستگی و سطح معنی داری آن به تفکیک فرضیات اهم و اخص در جدول ۴ نشان داده شده است.

اثبات وجود رابطه خطی بین متغیر پیش بین و متغیر تابع در فرضیه اهم و ابعاد توانمندسازی روان شناختی با کارآفرینی درون سازمانی از طریق رگرسیون دو متغیره و رگرسیون چندگانه گام به گام حاصل شد که نتایج حاصله در شکل ۵ و ۶ نشان داده شده است.

در رگرسیون چند متغیره گام به گام با توجه به اینکه متغیرهای پیش بین بر اساس ضریب همبستگی وارد مدل شده‌اند، مشخص گردید که با ورود متغیرهایی که بالاترین میزان همبستگی را داشته‌اند، متغیر احساس اعتماد معنی دار بودن خود را برای داشتن همبستگی خطی با متغیر کارآفرینی درون سازمانی در جامعه مورد تحقیق از دست داد. همچنین متغیر آزادی عمل کاری دارای همبستگی منفی جزئی با کارآفرینی درون سازمانی می‌باشد. یعنی رابطه آن معکوس است. میزان تغییرات کارآفرینی درون سازمانی را می‌توان از روی ضرایب ابعاد توانمندسازی روان شناختی (B) پیش‌بینی نمود. بر اساس ضریب تشخیص حاصله می‌توان گفت که میزان کارآفرینی درون سازمانی که در جامعه مورد تحقیق وجود دارد به اندازه (۰/۵۹) به متغیرهای احساس موثر بودن، احساس شایستگی، احساس معنی دار بودن و آزادی عمل بستگی دارد. آنچه از آزمون فریدمن در مورد رتبه‌بندی ابعاد توانمندسازی روان شناختی حاصل شد، مطابق شکل ۷ می‌باشد.

با توجه به اینکه پنج بعد توانمندی روان شناختی با هم تصویری کامل از توانمند نمودن کارکنان را ارائه می‌دهد، یافته‌های تحقیق اثبات نمود که در جامعه مورد بحث کارکنان در مورد کار خود احساس شایستگی، معنی دار بودن شغل و موثر بودن می‌نمایند که این امر در به وجود آوردن روحیه کارآفرینی در فرآیندهای سازمانی موثر بوده است. همچنین با توجه به این نتیجه که احساس اعتماد رابطه خطی خود با کارآفرینی را از دست داد و آزادی عمل نیز رابطه منفی جزئی با متغیر پیش بین به دست آورد، می‌توان چنین استنباط کرد که سطح پایین احساس اعتماد

در بین کارکنان و وجود آزادی عمل ناچیز در فرآیندهای کاری می‌تواند از مشکلات جامعه مورد پژوهش عنوان شود.

پیشنهادهای کاربردی بر اساس نتایج پژوهش

با توجه به یافته‌های بالا در راستای فرضیات تدوین شده می‌توان پیشنهادهای زیر را برای مدیران و کارکنان مجتمع فن آوران اطلاعات تهران ارائه نمود:

۱- بر اساس فرضیه اهم تحقیق مدیران مجتمع فنی باید به تمامی ابعاد توانمندسازی روان شناختی به عنوان متغیری که در خلق فرآیند کارآفرینی سازمانی موثر است، اهتمام ورزند.

۲- مطابق فرضیات اخص عنوان شده برای تقویت ابعاد پنج گانه توانمندسازی روان شناختی در جامعه مورد تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

الف) احساس شایستگی

بر اساس مبانی نظری جهت تقویت احساس شایستگی، توسعه قابلیت‌ها، توانایی‌ها و مهارت‌های مورد نیاز شغلی کارکنان و آماده‌سازی آنها برای رویارویی با چالش‌های کاری احتمالی اثر بخش است لذا اجرای آموزش‌های ضمن خدمت متناسب با دانش روز و متناسب با حوزه کاری می‌تواند به احساس خود کارآمدی کارکنان کمک نماید.

ب) احساس معنی دار بودن

بطور کلی تبیین چشم انداز و مأموریت مجتمع فن آوران اطلاعات تهران از سوی مدیران برای کارکنان و روشن نمودن جایگاه و اهمیت فعالیت‌های مجتمع در سطح کشور در ابعاد مختلف آموزش فن آوری اطلاعات به لحاظ ارزشی که ایجاد می‌نماید، همچنین توافق بر سر اهداف سازمانی و همسو نمودن آن با هدف شخصی کارکنان باعث می‌گردد کارکنان شغل و فعالیت‌های خود را معنی دار احساس کنند که به این وسیله مدیران می‌توانند موجبات فرآیند کارآفرینی درون سازمانی و بروز خلاقیت و نوآوری در فرآیندهای کاری را مهیا نمایند.

ج) احساس موثر بودن

مشخص نمودن نقش هریک از کارکنان و فعالیت‌های آنان در تحقق چشم انداز مجتمع از سوی مدیران، تقویت احساس داشتن کنترل بر پیامدهای اداری و عملیاتی در کارکنان، همچنین توسعه توانایی‌های کارکنان برای همسو نمودن محیط با خواسته‌های خود زمینه لازم را برای تاثیر بیشتر بر فعالیت‌های شغلی و کنترل فعال بر نتایج انجام کارها می‌توان احساس موثر بودن را تقویت نمود.

د) احساس آزادی عمل

مدیران می‌توانند از طریق ایجاد جو مشارکت بیشتر، اعطای آزادی عمل کافی برای چگونگی انجام وظایف شغلی، اجازه کار بست خلاقیت و نوآوری فردی در انجام وظایف شغلی، اهمیت دادن به نظرات و پیشنهادات کارکنان سطوح پایین‌تر در فرآیندهای تصمیم‌گیری و توجه به انتقادات از روش‌های موجود، کارکنان را در این زمینه به توانمندی برسانند.

ه) احساس اعتماد

از سوی مدیران فضای روابط بازتر و گسترده‌تر در بین کارکنان با استفاده از انجام کارها به صورت گروهی ایجاد گردد تا محیطی سرشار از اعتماد دوسویه گسترش یابد. ایجاد محیطی همراه با صداقت و صمیمیت عاری از هرگونه ظاهرسازی و فریب کاری اعتماد کارکنان به یکدیگر و به سازمان را در پی خواهد داشت. همچنین تنظیم برنامه‌های امنیت شغلی نظیر کارراهه مشخص شغلی سطح اعتماد و تعهد کارکنان به سازمان را ارتقاء خواهد داد.

به پژوهشگرانی که قصد تحقیق در رابطه با موضوع مورد بحث را دارند، پیشنهاد می‌گردد که:

- تحقیق را در شاخه کاری دیگر انجام دهند.

- ارزیابی‌ها از نظر عوامل جمعیت شناختی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی می‌تواند به تحقیق اضافه گردد.

منابع و مآخذ

- اسکات، سینیتا و دنیس ژافه، (۱۳۷۵)، *تواناسازی کارکنان*، ترجمه مهدی ایران نژاد پاریزی، چاپ اول، تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
- امیرکبیری، علی رضا، (۱۳۸۶)، *تاثیرات عوامل سازمانی بر نتایج بالقوه کارآفرینی درون سازمانی: تحقیقی در شاخه صنعت فن آوری اطلاعات و ارتباطات*، دانش مدیریت، دوره ۲۰، شماره ۷۹، صفحه ۱۲۹.
- بلانچارد، کن و آلن راندولف، (۱۳۷۸)، *مدیریت تواناسازی کارکنان*، ترجمه مهدی ایران نژاد پاریزی، چاپ اول، تهران: نشر مدیران.
- سکاران، اوما، (۱۳۸۶)، *روش‌های تحقیق در مدیریت*، ترجمه محمودصائبی و محمود شیرازی، چاپ پنجم، تهران: انتشارات موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- صمدآقایی، جلیل، (۱۳۷۸)، *سازمان‌های کارآفرین*، چاپ اول، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- عبداللهی، بیژن، (۱۳۸۴)، *توانمندسازی روان شناختی منابع انسانی: دیدگاه‌ها و ابعاد*، تهران: مجموعه مقالات سومین کنفرانس بین المللی مدیریت.
- مقیم، سیدمحمد، (۱۳۷۷)، *سازمان و مدیریت با رویکردی پژوهشی*، چاپ اول، تهران: نشر قوم.
- مقیم، سیدمحمد، حسین خنیفر، اسماعیل قادری، (۱۳۸۶)، *بررسی مهارت‌های کارآفرینانه مدیران و اثر بخشی سازمانی در کسب و کارهای متوسط و کوچک*، *دانش مدیریت*، دوره ۲۰، شماره ۷۹، صص ۹۳-۱۱۰.
- مهرگان محمدرضا و محمدرضا زالی، (۱۳۸۵)، *در جستجوی فنون تعیین روایی در پژوهش‌های مدیریتی*، *فرهنگ مدیریت*، شماره چهاردهم.
- میرسپاسی، ناصر، (۱۳۸۵)، *مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار*، چاپ اول، ویرایش جدید، تهران: انتشارات میر.
- نوروسی، ماریا جی، (۱۳۸۰)، *راهنمای آنالیز داده‌ها با SPSS*، ترجمه اکبر فتوحی و فریبا اصغری، چاپ سوم، تهران: انتشارات ناقوس.

- Antonic, B- Hisrich, Robert D. (2003), Clarifying the Entrepreneurship Concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.10, No.1, pp 7-24.
- Bandura, Albert, (2000), Cultivate Self-Efficacy for Personal and Organization Effectiveness. *Handbook and Principles of Organization Behavior*, Oxford, UK: Blanchwell.PP.120-139.
- Boven, David,E.& Edward.E, Lawler, (1992), The Empowerment of Service Works: What, Why, How, and When?, *Sloan Management*. Vol. 33, pp 31-39.
- Conger, Jay. & N. Kanungo, (1988), The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice. *Academy of Management Review*. Vol.13, No. 3, pp .471-482.
- Hochwãlder, Jacek, Bergsten, Agneta, (2005), Psychological Empowerment at the Workplace as a Predictor of Ill Health, *Personality and Individual Differences*, vol.39, pp 1237-1248.
- Kuratko, D.F. Hodgetts R. M, (۱۹۸۹), *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. NY: The Dryden Press.
- Kuratko, D. F., J.s. Hornsby, J.w Bishop, (2005), Managers' Corporate Entrepreneurial Actions and Job Satisfaction, *International Entrepreneurship and Management Journal*, No.1, pp 275-291.
- Lewis L. Chau, Wai-sum Siu, (2000), Ethical Decision-Making in Corporate Entrepreneurial Organizations, *Journal of Business Ethics*, No. 23, pp 365-375.
- Miles,M.P., L.S. Munilla, J. Darroch, (۲۰۰۹), Sustainable Corporate Entrepreneurship, *International Entrepreneurship and Management Journal*, No.5, pp 65-76.
- Sebora , T.C, T. Theerapatvong, (۲۰۰۹), Corporate Entrepreneurship: A Test of External and Internal Influences on Managers' Idea Generation, Risk Taking, and Proactiveness, *International Entrepreneurship and Management Journal* .
- Quinn, Robert, E., G. M. Spreitzer., (1997), The Road to Empowerment: Seven Questions Every Leader Should Consider, *Organizational Dynamic*, Vol. 26, No.2, pp 37-51.
- Spreitzer, G. M., A. Mishra, (1997), *Survivor Responses to Downsizing: The Mitigating Effects to Trust and Empowerment*, Southern California Studies Center.
- Spreitzer, G. M., (1995), Psychological Empowerment In the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. *The Academy of Management Journal*, Vol. 38, No. 5, pp1442-1465.
- Spreitzer, G. M., (1996), Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment, *Academy of Management Journal*, Vol.39, No.2, pp 483-504.
- Spreitzer, G. M., (1997), Toward a Common Ground in Defining Empowerment, *Research in Organizational Change and Development*, Vol .10, pp 31-62.
- Spreitzer, G. M., M. A. Kizilos, S. W. Nason, (1997), A Dimensional Analysis of the Relationship Between Psychological Empowerment and Effectiveness, Satisfaction, and Strain, *Journal of Management*, No.23, pp

679-714.

Thomas, Kenneth, W., Betty, A. Velthouse, (1990), Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation, *Academy Of Management Journal*, Vol.15, No.4, pp 666-681.